

ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DE DATOS APLICADO A LA EXPLORACIÓN DE LAS INTERRELACIONES ENTRE EL SEXISMO Y LA ORIENTACIÓN AL INDIVIDUALISMO-COLECTIVISMO EN SUJETOS ARGENTINOS

Juan Diego Vaamonde

juandvaamonde@yahoo.com.ar

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, CONICET

A lo largo de las últimas décadas, un conjunto de importantes conquistas socio-políticas han posibilitado una mayor participación de las mujeres en el mundo social y laboral. Con el anhelo de lograr una sociedad más igualitaria y un futuro mejor, las mujeres comenzaron a cumplir funciones tradicionalmente masculinas, enfrentando los prejuicios de la época y desafiando el poder hegemónico de los hombres. Este avance permitió la modificación de los estereotipos y los roles sociales adscriptos a cada género, promoviendo la conquista de espacios hasta entonces vedados para el sexo femenino (Barreto, Ryan & Schmitt, 2009; Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2009).

A pesar de este progreso hacia condiciones sociales más igualitarias, actualmente las mujeres continúan percibiendo salarios más bajos y ocupando cargos de inferior jerarquía (Cristini & Bermúdez, 2007; Iyer, 2009). Los especialistas (OIT, 2009; Swim & Hyers, 2009) señalan que uno de los factores responsables de esta desigualdad son los prejuicios y los comportamientos discriminatorios originados en la condición de género, fenómeno designado como *sexismo*. Si bien en los últimos años han disminuido sus manifestaciones más abiertas y explícitas, lejos de desaparecer el sexismo ha mutado hacia formas más encubiertas pero igualmente dañinas (Glick & Fiske, 2001; Swim & Hyers, 2009). Para explicar esta problemática, Glick y Fiske (1996, 2001) plantearon su teoría del sexismo ambivalente, que postula la existencia simultánea de actitudes positivas y negativas dirigidas hacia las personas en función de su género.

Glick y Fiske operacionalizaron el sexismo ambivalente como un constructo bidimensional, integrado por el sexismo hostil y el sexismo benévolo. En línea con los postulados de Allport (1954), el *sexismo hostil* se refiere a las actitudes abiertamente hostiles hacia las mujeres, basadas en estereotipos sobre su supuesta debilidad e inferioridad. Por su parte, el *sexismo benévolo* denota actitudes de tono afectivo positivo que suscitan comportamientos pro-sociales o de búsqueda de intimidad con las mujeres; sin embargo, el componente cognitivo de estas actitudes es prejuicioso en la medida que las caracteriza como seres puros, delicados, merecedores de la protección y del apoyo masculino, limitándolas al cumplimiento de roles tradicionales (esposas, madres, amas de casa). El concepto *sexismo ambivalente* surge de considerar ambos tipos de prejuicios, hostil y benévolo. La ambivalencia se daría por la confluencia de las cargas afectivas: negativas, por un lado, y positivas, por el otro.

Como cabe esperar, el género es una de las variables sociodemográficas que mayores diferencias presenta en cuanto al sexismo, ya que ciertas características, creencias y hábitos aprendidos por los hombres y las mujeres se hallan en el núcleo de esta problemática. Al respecto, estudios recientes indican que mientras los varones presentan altos niveles de sexismo hostil y benévolo, las mujeres suelen registrar menores niveles de sexismo hostil, aunque similares o mayores niveles de sexismo benévolo (Formiga, 2006; Glick & Fiske, 2001; Travaglia, Overall & Sibley, 2009). Otras investigaciones (Moya, Expósito, Rodríguez-Bailón, Glick & Páez, 2002; Moya, Páez, Glick, Fernández Sedano & Poeschl, 2001) han informado que los niveles de sexismo en Latinoamérica son superiores comparados con aquellos registrados en otros lugares del mundo. Esto se debe principalmente a las mayores puntuaciones alcanzadas por los varones, ya que las obtenidas por las mujeres son similares a las observadas en otros países. A su vez, en las muestras latinoamericanas surge un fenómeno que pareciera ser universal: el sexismo benévolo tiende a ser mayor que el sexismo hostil. Este hallazgo coincide con lo informado por Moya et al. (2002), quienes advirtieron diferentes grados de sexismo entre los países iberoamericanos, ya que mientras Argentina, Brasil, Portugal y España aparecen como los países menos sexistas, Chile y Colombia se ubican entre los más sexistas, destacándose Cuba como el país de la región con mayor hostilidad contra las mujeres. Más allá del valioso aporte de estos estudios, escasas investigaciones han abordado este fenómeno en relación con los valores personales, aun cuando se ha destacado la capacidad explicativa de los mismos sobre un conjunto de cogniciones, emociones y comportamientos humanos (Maio, Olson, Bernard & Luke, 2006). Por lo que el análisis del sexismo a la luz de la orientación axiológica promete arrojar resultados que contribuyan a comprender mejor esta problemática.

Los valores constituyen “una amplia tendencia a preferir ciertos estados de cosas sobre otros” (Hofstede, 1980, p. 19), conformando características relativamente estables tanto de individuos como de sociedades y, por lo tanto, rasgos de personalidad y características culturales (Berry, Poortinga, Segall & Dasen, 1992). Los valores poseen la capacidad de influenciar las actitudes y los comportamientos a nivel individual, por lo que es posible que configuren un factor determinante en la formación y expresión del sexismo (Formiga, 2006).

Una de las contribuciones más influyentes sobre los valores ha sido la realizada por Hofstede (1980, 1997), quien identificó cuatro dimensiones axiológicas a nivel cultural, a saber:

- ✓ *Individualismo-colectivismo*: referida a la naturaleza de las relaciones que un individuo mantiene con su grupo (es decir, si sus acciones se orientan hacia sí mismo o hacia sus grupos de pertenencia);
- ✓ *Distancia al poder*: vinculada al grado con que los miembros de una sociedad aceptan una desigual distribución de poder, prestigio y riquezas;
- ✓ *Evitación de la incertidumbre*: asociada al grado con que los sujetos se sienten amenazados por situaciones desconocidas o ambiguas;

- ✓ *Masculinidad-feminidad*: referida a la valoración diferencial de los papeles femeninos y masculinos.

La mayoría de los países latinoamericanos se caracterizan por ser más colectivistas, con un mayor grado de evitación de la incertidumbre, de feminidad y de distancia al poder (Hofstede, 1980; Moya et al., 2002; Omar et al., 2007). De estas cuatro dimensiones axiológicas, la de individualismo-colectivismo ha sido la más explorada hasta la fecha y la que ha permitido comparar sistemáticamente a sociedades e individuos (Omar, Paris & Vaamonde, 2009; Oyserman, Coon & Kemmelmeier, 2002). De hecho, en la literatura científica se ha utilizado indistintamente el constructo individualismo-colectivismo para analizar tanto el nivel cultural como individual (Ros & Gómez, 1997).

A partir de la reconceptualización de Triandis (1995), el individualismo y el colectivismo comenzaron a considerarse como dos factores independientes, lo que permitió sostener la idea de que cada sujeto puede presentar características de ambas orientaciones en diferentes proporciones, siendo muchas veces el contexto el que define el estilo predominante (Dutta-Bergman & Wells, 2002; Triandis & Suh, 2002). Triandis (1995, 2001), además, empleó la dimensión distancia al poder de Hofstede (1980) para caracterizar diferentes tipos de individualismo y de colectivismo. De este modo, tanto individualismo como colectivismo pueden ser *horizontales* (si enfatizan la igualdad en estatus) o *verticales* (si enfatizan las diferencias en estatus y jerarquías), delineándose la siguiente tipología axiológica (Cuadro 1):

- ✓ *Individualistas horizontales (IH)*: poseen un yo independiente, con altos niveles de libertad y de igualdad, se consideran similares a los demás, especialmente en estatus, siendo menos propensos a compararse con el resto;
- ✓ *Individualistas verticales (IV)*: tienen un yo independiente, con altos niveles de libertad pero bajos de igualdad, por lo que son competitivos y desean diferenciarse de los demás, buscando ocupar posiciones de alto estatus;
- ✓ *Colectivistas horizontales (CH)*: poseen un yo interdependiente, con bajos niveles de libertad aunque altos de igualdad, por lo cual se perciben como similares a los miembros de su grupo, enfatizando las metas comunes y esforzándose por mantener la armonía grupal, pero disgustándoles tener que ceder a la autoridad;
- ✓ *Colectivistas verticales (CV)*: tienen un yo interdependiente, con bajos niveles de libertad y de igualdad, disfrutan sirviendo a los demás, hacen sacrificios en beneficio de su grupo de pertenencia, son modestos y cumplen sus obligaciones como si estuvieran impuestas por normas sociales (Omar & Urteaga, 2008; Triandis & Gelfand, 1998; Triandis & Suh, 2002).

Cuadro 1. Síntesis de la tipología axiológica planteada por Triandis (1995, 2001).

	<i>Individualismo</i>	<i>Colectivismo</i>
<i>Horizontal</i>	IH Yo independiente Alta igualdad	CH Yo interdependiente Alta igualdad
<i>Vertical</i>	IV Yo independiente Baja igualdad	CV Yo interdependiente Baja igualdad

Recientemente Omar et al. (2009) informaron que las mujeres tienen mayor tendencia al colectivismo que los varones y que los individualistas suelen ocupar cargos más destacados, posiblemente por su mayor competitividad y tendencia a los logros. En lo que hace a la relación entre individualismo-colectivismo y sexismo, a la fecha son escasos los desarrollos que evidencian el interjuego entre estos fenómenos. Al respecto, Formiga (2006, 2007) informó que los sujetos que priorizan sus propios intereses por sobre los del grupo pueden presentar tanto sexismo hostil como sexismo benévolo. En cambio, aquellos individuos que enfatizan los intereses del grupo tendrían mayores probabilidades de manifestar las formas más sutiles del sexismo.

Por otro lado, Moya et al. (2001) exploraron las asociaciones entre el sexismo hostil y benévolo y algunos índices culturales en muestras provenientes de 20 países. Observaron que el sexismo se relacionó con individualismo-colectivismo y con distancia al poder. Cuanto mayor era el nivel de distancia al poder, mayor sexismo caracterizaba al colectivo nacional; en tanto que a mayor individualismo, menor nivel de sexismo hostil y benévolo tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, el estudio de Case, Fishbein y Ritchey (2006) muestra relaciones inversas: altos puntajes en colectivismo aparecen vinculados con menos prejuicios y menos actos discriminatorios. Tales hallazgos coinciden con lo comunicado por Triandis y Gelfand (1998), quienes afirmaron que la orientación al colectivismo promueve la igualdad entre hombres y mujeres.

Los resultados empíricos citados sugieren que existe alguna asociación entre los valores y el sexismo contra las mujeres. Sin embargo, los estudios no solo no son concluyentes, sino que son escasos en Latinoamérica y en el ámbito laboral en particular. De allí que el presente trabajo se propuso: (1) explorar las posibles interrelaciones entre la orientación al individualismo-colectivismo y el sexismo en una muestra de trabajadores argentinos; (2) identificar individuos con características similares en cuanto a las variables psicológicas exploradas.

Método

Participantes

La muestra final estuvo conformada por 414 empleados (216 varones y 198 mujeres) de organizaciones de distintos ramos de la provincia de Santa Fe. El promedio de edad fue de 37.6

años (DT = 11.0). La distribución por nivel educacional se mostró como sigue: primario/secundario 38.4%, terciario 26.6% y universitario 35.0%. En cuanto a la distribución por cargos, el 14.3% ocupaba cargos gerenciales (gerentes, jefes o supervisores), el 66.2% eran empleados permanentes y el 19.6% eran empleados contratados. El promedio de antigüedad laboral fue de 11.7 años (DT = 10.8). La Tabla 1 presenta estos resultados.

Tabla 1. Distribución de los sujetos (n = 414) en función de las variables sociodemográficas exploradas (sexo, edad, nivel educativo, religión, cargo y sector, tamaño y ramo organizacional)

Variable		Frecuencia	%
Sexo	Mujeres	198	47.8
	Varones	216	52.2
Edad	Jóvenes (18 a 30 años)	137	33.1
	Adultos (mayores de 30 años)	277	66.9
Nivel educativo	Primario/secundario	159	38.4
	Terciario	110	26.6
	Universitario	145	35.0
Religión	Practica	177	42.8
	No practica	237	57.2
Cargo	Empleados contratados	81	19.6
	Empleados permanentes	274	66.2
	Jefes, supervisores o gerentes	59	14.3
Sector organizacional	Público	241	58.2
	Privado	173	41.8
Tamaño organizacional	Pequeña (< 50 empleados)	128	30.9
	Mediana (51-200 empleados)	55	13.3
	Grande (> 200 empleados)	231	55.8
Ramo organizacional	Comercio / Servicios	82	19.8
	Educación / Investigación	70	16.9
	Industria	52	12.6
	Salud	22	5.3
	Administración pública	76	18.4
	Entidades financieras	112	27.1
TOTAL		414	100.0

Procedimiento

La recolección de los datos se efectuó en los lugares y horarios habituales de trabajo, en el seno de aquellas organizaciones que prestaron su autorización y con los empleados que aceptaron voluntariamente participar, previa firma del correspondiente consentimiento informado.

Los participantes fueron informados de los objetivos de la investigación, garantizándoseles el anonimato y la confidencialidad frente a la información brindada.

Instrumentos

La totalidad de la muestra respondió una batería de exploración integrada por los siguientes instrumentos:

Individualismo-colectivismo: fueron explorados a través de la adaptación argentina (Omar et al., 2007) de la Escala de Individualismo-Colectivismo de Singelis, Triandis, Bhawuk y Gelfand (1995). Se empleó una versión abreviada integrada por 16 ítems con formato Likert de 5 puntos, que varía de 1 (*Muy en desacuerdo*) a 5 (*Muy de acuerdo*). Mide las dimensiones de Colectivismo Horizontal (4 ítems; $\alpha = .77$; ej.: “el bienestar de mis compañeros es importante para mí”); Colectivismo Vertical (4 ítems; $\alpha = .81$; ej.: “a los niños se les debe enseñar el deber antes que el placer”); Individualismo Horizontal (4 ítems; $\alpha = .77$; ej.: “me gusta ser único y diferente a los otros de muchas maneras”) e Individualismo Vertical (4 ítems; $\alpha = .79$; ej.: “cuando otra persona hace las cosas mejor que yo, me siento tenso y enojado”).

Sexismo Ambivalente: fue explorado a través de la adaptación argentina (Vaamonde & Omar, 2012) del Inventario de Sexismo Ambivalente de Glick y Fiske (1996, 2001). Se trata de un instrumento con formato Likert de 5 puntos similar al anterior, que mide las dos facetas del sexismo: sexismo hostil (11 ítems; $\alpha = .88$; ej.: “las mujeres exageran los problemas que tienen en el trabajo”) y sexismo benévolo (11 ítems; $\alpha = .82$; ej.: “las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres”). El índice de consistencia interna para la escala total de sexismo ambivalente fue de .89.

Deseabilidad Social: la tendencia al falseamiento o deseos de mostrar una imagen mejorada de uno mismo fue explorada a través de la versión argentina (Omar, 1988) de la Escala de Deseabilidad Social del Cuestionario de Personalidad de Eysenck y Eysenck (EPQ, 1975). Esta escala fue empleada a modo de control interno para eliminar casos con alta deseabilidad social, hecho que indica baja sinceridad en las respuestas brindadas. Se utilizó una versión abreviada integrada por 12 ítems de opción forzada ($\alpha = .74$; ej.: “Todos mis hábitos son buenos y deseables”; “Cuando era niño/a, obedecía inmediatamente y sin protestar”).

Variables sociodemográficas: se incluyó una sección de datos personales diseñada para recabar información acerca de la edad, sexo, escolaridad, cargo, antigüedad laboral, y características de la organización en la que trabajaba cada sujeto.

Plan de análisis de los resultados

Para comenzar, se calcularon los índices descriptivos y los coeficientes de correlaciones entre las variables en estudio. Seguidamente, se llevó a cabo un análisis de correspondencias múltiples (ACM) con construcción de clases, conglomerados o *clusters*. El ACM es una técnica de

análisis multidimensional de datos que permite reducir las dimensiones de una matriz de datos con variables cualitativas –o cuantitativas categorizadas– mediante factores que dan cuenta de los montos más importantes de la variación total, posibilitando explorar las relaciones entre las variables en estudio. En el presente trabajo, este análisis se efectuó utilizando el software SPAD 5.6 (Système Portable pour l'Analyse des Données), luego de dicotomizar las variables continuas por recodificación para convertirlas en variables nominales cualitativas.

Cabe aclarar que el ACM requiere la selección de variables activas y variables ilustrativas. Las primeras se incluyen en los cálculos de diagonalización de la matriz, mientras que las segundas se proyectan a posteriori en el espacio factorial. En el ACM efectuado, se introdujeron como variables activas las cuatro orientaciones axiológicas (individualismo-horizontal, individualismo-vertical, colectivismo-horizontal y colectivismo-vertical) y el sexismo en sus diferentes facetas (sexismo hostil, sexismo benévolo y sexismo ambivalente). Los datos sociodemográficos fueron ingresados como variables ilustrativas. Esta elección de variables se realizó tomando en cuenta los postulados teóricos y el objetivo del trabajo. A su vez, para la construcción de los conglomerados, se optó por el método mixto en lugar de jerárquico, debido al tamaño de la muestra ($n = 414$).

Resultados y discusión

En primer lugar, se obtuvieron las medias y los desvíos típicos correspondientes a las diferentes modalidades de individualismo-colectivismo y de sexismo. En segundo lugar, se calcularon las correlaciones r de Pearson entre las variables continuas. Estos resultados se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2. Medias, desvíos típicos (DT) y matriz de correlaciones entre las variables psicológicas en estudio ($n = 414$)

	Media (DT)	CH	CV	IH	IV	SH	SB	SAMB
CH	4.21 (0.50)	---						
CV	3.13 (0.71)	0.24	---					
IH	3.40 (0.65)	<u>0.10</u>	0.17	---				
IV	2.42 (0.71)	<u>-0.10</u>	0.26	0.23	---			
SH	2.96 (0.75)	-0.05	0.34	0.19	0.41	---		
SB	2.99 (0.66)	0.14	0.50	0.14	0.25	0.46	---	
SAMB	2.97 (0.60)	0.05	0.48	0.19	0.39	0.87	0.83	---
		CH	CV	IH	IV	SH	SB	SAMB

$p < .01$, $p < .05$

Colectivismo horizontal (CH), Colectivismo vertical (CV), Individualismo horizontal (IH), Individualismo vertical (IV), Sexismo hostil (SH), Sexismo benévolo (SB), Sexismo ambivalente (SAMB).

En concordancia con estudios previos realizados en nuestro contexto latinoamericano (Omar et al., 2007), puede observarse que los valores de tipo horizontal (tanto colectivismo como individualismo) son superiores con respecto a aquellos de tipo vertical. Esto indica que, con prescindencia de la orientación del sujeto hacia sí mismo o hacia sus grupos de pertenencia, se destaca el énfasis puesto en la igualdad entre las personas (horizontalidad), en detrimento de las diferencias en estatus. En lo que hace al sexismo, se registraron niveles medios de este prejuicio en sus tres dimensiones.

Las correlaciones entre las variables señalan que los valores que más se vinculan con el sexismo en todas sus facetas son el colectivismo vertical (SH: $r = .34$; SB: $r = .50$; SAMB: $.48$; $p < .01$) y el individualismo vertical (SH: $r = .41$; SB: $r = .25$; SAMB: $r = .39$; $p < .01$). El resto de las orientaciones axiológicas registraron correlaciones bajas o no significativas con este prejuicio. Por lo que la distancia al poder parece ser la dimensión que más se asocia con el sexismo. Este hallazgo coincide con lo informado por Moya et al. (2001) en relación al mayor nivel de sexismo en naciones más verticalistas, es decir, en países con altos niveles de distancia al poder. Esto implica que, independientemente de la orientación al colectivismo o al individualismo, los sujetos que enfatizan las diferencias en estatus entre las personas serían aquellos que presentan mayores montos de prejuicios contra las mujeres. Por su parte, el individualismo horizontal mostró correlaciones bajas con el sexismo, al tiempo que el colectivismo horizontal no aparece vinculado con tales actitudes.

A continuación se llevó a cabo el ACM con construcción de conglomerados. Para efectuar este análisis se recodificaron las variables con escala tipo Likert para convertirlas en variables *dummies*. En consecuencia, las cuatro orientaciones axiológicas (colectivismo-horizontal, colectivismo-vertical, individualismo-horizontal, individualismo-vertical) y las tres dimensiones del sexismo (sexismo hostil, sexismo benévolo, sexismo ambivalente) asumieron niveles “bajos” o “altos”, definidos dicotómicamente a partir de su media aritmética. Esta dicotomización de las variables conlleva cierta pérdida de información, pero en su lugar se obtiene una ganancia en interpretación. En palabras de Aluja Banet y Morineau (1999), “pasamos del ‘magma’ de los datos a unas representaciones gráficas interpretables” (p. 37). En la Tabla 3 se detallan las variables según el rol que les fue asignado (activas o ilustrativas).

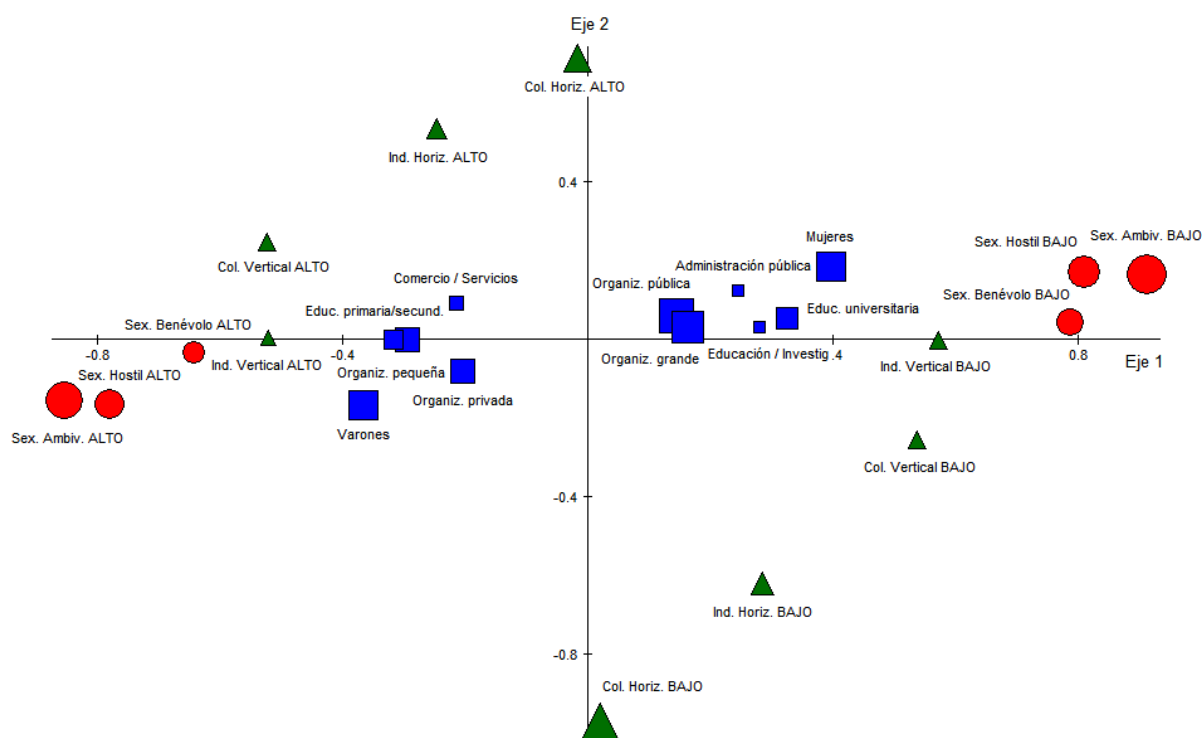
Tabla 3. Selección de variables para el ACM

Variables activas	Tipo de
-------------------	---------

variable			
CH	Col. horizontal	Categórica	1 = CH bajo 2 = CH alto
CV	Col. vertical	Categórica	1 = CV bajo 2 = CV alto
IH	Ind. horizontal	Categórica	1 = IH bajo 2 = IH alto
IV	Ind. vertical	Categórica	1 = IV bajo 2 = IV alto
SH	Sex. hostil	Categórica	1 = SH bajo 2 = SH alto
SB	Sex. benévolo	Categórica	1 = SB bajo 2 = SB alto
SAMB	Sex. ambivalente	Categórica	1 = SAMB bajo 2 = SAMB alto
Variables ilustrativas		Tipo de variable	
Sexo		Categórica	1 = Varón 2 = Mujer
Edad (recategorizada)		Categórica	1 = Jóvenes 18-30 años 2 = Adultos mayores de 30 años
Nivel educativo		Categórica	1 = Primario/secundario 2 = Terciario 3 = Universitario
Cargo / puesto		Categórica	1 = Empleado/a contratado/a 2 = Empleado/a permanente 3 = Jefe, supervisor o gerente
Sector organizacional		Categórica	1 = Público 2 = Privado
Tamaño organizacional		Categórica	1 = Pequeña (menos de 50 empleados) 2 = Mediana (51-200 empleados) 3 = Grande (más de 200 empleados)
Ramo organizacional		Categórica	1 = Comercio / Servicios 2 = Educación / Investigación 3 = Industria 4 = Salud 5 = Administración pública 6 = Bancario

La descripción simultánea de la estructura de los datos luego del ACM se realizó a través de una representación gráfica en ejes factoriales. Los puntos representativos de las categorías de las variables activas e ilustrativas se ubicaron sobre un plano dividido en cuadrantes, analizándose sus posiciones recíprocas (Gráfico 1). Para esta representación gráfica, las variables activas (valores y sexismo) tomaron su tamaño proporcionalmente a su contribución, mientras que las variables ilustrativas (sociodemográficas) lo hicieron con respecto a su peso. Con el propósito de facilitar la interpretación, las categorías con escasa contribución o peso cercanas al centro de gravedad fueron eliminadas del gráfico.

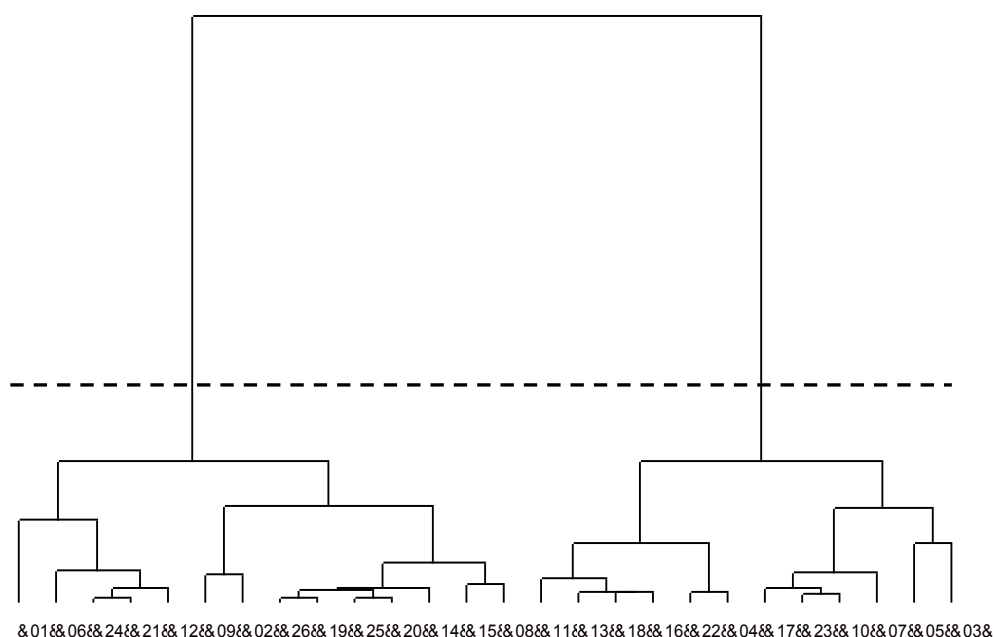
Gráfico 1. Proyección de las categorías psicológicas (activas) y sociodemográficas (ilustrativas) en los ejes factoriales 1 y 2



La disposición de los puntos en el Gráfico 1 confirma los resultados de las correlaciones producto-momento calculadas anteriormente. Niveles altos de sexismo se asocian con orientaciones axiológicas verticalistas (tanto colectivismo como individualismo) y, en menor medida, con el individualismo horizontal. Asimismo, mayores niveles de sexismo se vinculan con el sexo masculino, con nivel educativo primario o secundario y con trabajadores de organizaciones pequeñas, privadas, del ramo comercio o servicios. Contrariamente, bajos montos de sexismo se relacionan con valores verticalistas bajos, con el sexo femenino, con nivel educativo universitario y con empleados de organizaciones públicas, grandes, de la administración pública o del ramo educación/investigación.

En el marco del ACM, la construcción de los conglomerados se realizó utilizando una clasificación mixta. El dendrograma (Gráfico 2) sugirió que la partición más adecuada sería en dos agrupamientos, definiéndose la misma por el corte del árbol de clasificación jerárquica ascendente, en el valor del salto más importante del índice de agregación.

Gráfico 2. Dendrograma



La Tabla 4 muestra la composición y descripción de los conglomerados obtenidos según las variables que efectuaron aportes estadísticamente significativos. El **conglomerado 1**, denominado “individuos sexistas”, agrupó en su mayoría varones, con nivel educativo primario o secundario, que trabajan en organizaciones pequeñas y privadas. Estos sujetos presentan niveles medio-altos de sexismo (hostil, benévolo y ambivalente), de individualismo (vertical u horizontal) y de colectivismo vertical. El **conglomerado 2**, designado “individuos no sexistas”, incluyó mujeres, personas con nivel educativo universitario, que trabajan en organizaciones grandes y públicas. Presentan niveles bajos de sexismo (en todas sus facetas), de individualismo (vertical u horizontal) y de colectivismo vertical. En el Gráfico 3 se proyectan los individuos (puntos-fila) según el conglomerado al que pertenecen.

Tabla 4. Descripción y caracterización de los conglomerados según las variables que efectuaron aporte significativo

CONGLOMERADO 1 (n = 213)					
Variables psicológicas (variables activas)	Categoría	Porcentajes		Valor T	p
		Grupo/categoría Global			
Sexismo ambivalente	SAMB alto	99.53	51.69	23.42	0.000

Sexismo hostil	SH alto	87.20	50.97	15.55	0.000
Sexismo benévolo	SB alto	78.95	55.07	12.73	0.000
Colectivismo vertical	CV alto	67.62	50.72	6.64	0.000
Individualismo vertical	IV alto	65.90	52.42	6.12	0.000
Individualismo horizontal	IH alto	58.56	53.62	3.02	0.001

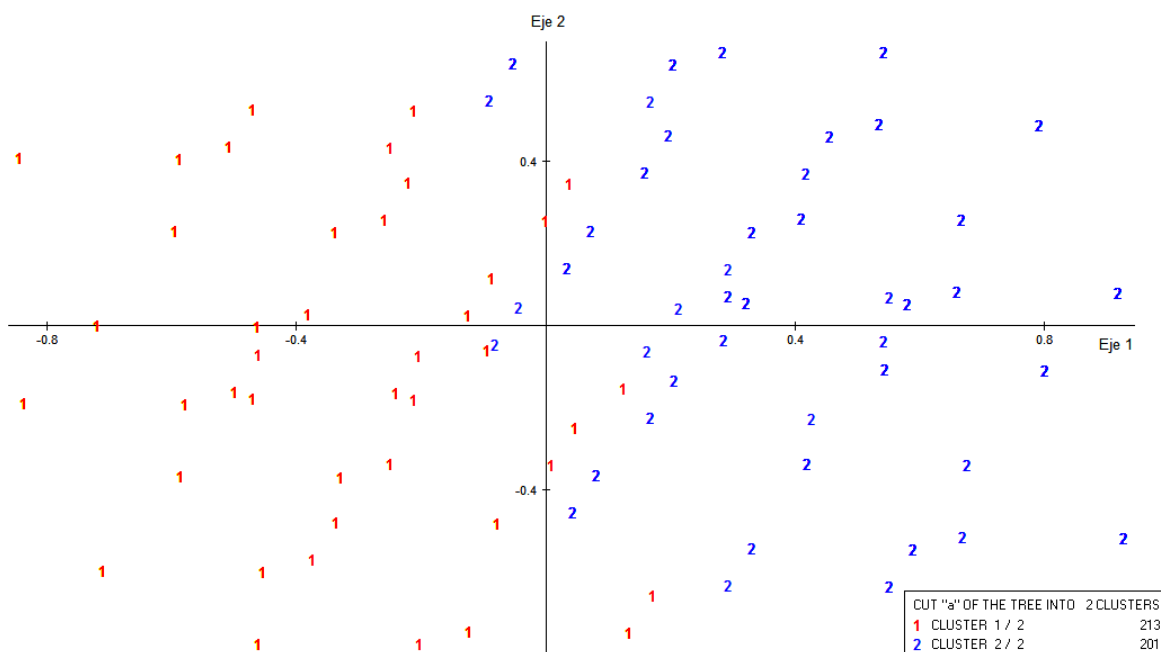
<i>Variables sociodemográficas (variables ilustrativas)</i>	<i>Categoría</i>	<i>Porcentajes</i>		<i>Valor T</i>	<i>p</i>
		<i>Grupo/categoría Global</i>			
Sexo	Varón	68.06	52.17	7.03	0.000
Tamaño organizacional	Pequeña (<50)	67.97	30.92	4.43	0.000
Sector organizacional	Privado	61.27	41.79	3.30	0.000
Nivel educativo	Primario/Secundario	61.64	38.41	3.18	0.000

CONGLOMERADO 2 (n = 201)

<i>Variables psicológicas (variables activas)</i>	<i>Categoría</i>	<i>Porcentajes</i>		<i>Valor T</i>	<i>p</i>
		<i>Grupo/categoría Global</i>			
Sexismo ambivalente	SAMB bajo	100.0	48.31	23.42	0.000
Sexismo hostil	SH bajo	85.71	49.03	15.55	0.000
Sexismo benévolo	SB bajo	82.26	44.93	12.73	0.000
Colectivismo vertical	CV bajo	65.20	49.28	6.64	0.000
Individualismo vertical	IV bajo	64.47	47.58	6.12	0.000
Individualismo horizontal	IH bajo	56.77	46.38	3.02	0.001

<i>Variables sociodemográficas (variables ilustrativas)</i>	<i>Categoría</i>	<i>Porcentajes</i>		<i>Valor T</i>	<i>p</i>
		<i>Grupo/categoría Global</i>			
Sexo	Mujer	66.67	47.83	7.03	0.000
Tamaño organizacional	Grande (>200)	58.01	55.80	4.24	0.000
Sector organizacional	Público	55.60	58.21	3.30	0.000
Nivel educativo	Universitario	62.76	35.02	4.16	0.000

Gráfico 3. Proyección de los individuos según su conglomerado de pertenencia



Conclusiones

Los resultados de la presente investigación revelan que efectivamente existen interrelaciones entre la orientación axiológica y el sexismo entre los sujetos de la muestra. En este sentido, el interjuego observado entre los valores y el sexismo estaría mostrando la interdependencia entre los prejuicios y el anhelo y la lucha por el poder y el estatus, desde el momento que las facetas verticalistas del individualismo-colectivismo se asociaron con el prejuicio sexista en todas sus dimensiones. Tal hallazgo sugiere que los sujetos que enfatizan las jerarquías y las desigualdades entre las personas se servirían del sexismo como herramienta de opresión y de control frente a mujeres percibidas como competentes e inteligentes, capaces de ocupar posiciones destacadas y ascender en la escala social. Por otra parte, la faceta benévola del sexismo llevaría a que tanto individualistas como colectivistas verticales valoren más a aquellas mujeres que cumplen roles de género tradicionales (madres, esposas, amas de casa).

Los análisis efectuados resaltan la importancia de la educación formal a la hora de paliar el sexismo, dado que las personas con altos niveles de instrucción fueron las que presentaron los montos más bajos de prejuicio de género. Los hallazgos, además, señalan la necesidad de implementar estrategias de monitoreo del sexismo en organizaciones pequeñas, privadas y en empresas del ramo comercio/servicios, con el fin último de llevar a cabo acciones tendientes a disminuir los prejuicios y la discriminación en tales contextos. Finalmente, los resultados

informados destacan la utilidad del análisis multidimensional de datos a la hora de explorar y describir las interrelaciones entre conjuntos complejos de variables de las ciencias sociales.

Referencias bibliográficas

- Allport, G. W. (1954). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Paidós.
- Aluja Banet, T. & Morineau, A. (1999). *Aprender de los datos: El análisis de componentes principales. Una aproximación desde el data mining*. Barcelona: EUB.
- Barreto, M., Ryan, M. K. & Schmitt, M. T. (2009). Introduction: Is the glass ceiling still relevant in the 21st century? En M. Barreto, M. K. Ryan & M. T. Schmitt (Eds.), *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. 3-18). Washington: American Psychological Association.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H. & Dasen, P. R. (1992). *Cross-cultural psychology: Research and applications*. New York: Cambridge University Press.
- Case, K. A., Fishbein, H. D. & Ritchey, P. N. (2006). Personality's influence on higher order factors of prejudice and discrimination. *Current Research in Social Psychology*, 11, 187-201.
- Cristini, M. & Bermudez, G. (2007). El mapa económico de las mujeres argentinas (1998-2006). Buenos Aires: Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas. Consultado 30 de junio de 2010 en: <http://www.fiel.org/publicaciones/Documentos/DOC93.pdf>
- Dutta-Bergman, M. & Wells, W. D. (2002). The values and lifestyles of idiocentrics and allocentrics in an individualist culture: A descriptive approach. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 42-54.
- Eysenck, H. J. & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire*. London: Hodder and Stoughton.
- Formiga, N. S. (2006). A orientação valorativa na manutenção do preconceito feminino: Consistência correlacional entre os valores humanos e sexismo ambivalente. *Psicologia Argumento, Curitiba*, 24(47), 49-59.
- Formiga, N. S. (2007). Valores humanos e sexismo ambivalente. *Revista do Departamento de Psicologia*, 19(2), 381-396.
- Glick, P. & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.
- Glick, P. & Fiske, S. T. (2001). Ambivalent sexism. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 115-188). San Diego: Academic Press.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hill: Sage.
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and organizations: Software of the mind*. New York: McGraw Hill.
- Iyer, A. (2009). Increasing the representation and status of women in employment: The effectiveness of affirmative action. En M. Barreto, M. K. Ryan & M. T. Schmitt (Eds.), *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. 257-280). Washington: American Psychological Association.
- Maio, G. R., Olson, J. M., Bernard, M. M. & Luke, M. A. (2006). Ideologies, values, attitudes, and behavior. En J. Delamater (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (pp. 283-308). New York, NY: Springer.
- Moya, M., Expósito, F., Rodríguez-Bailón, R., Glick, P. & Páez, D. (2002). Sexismo ambivalente en España y Latinoamérica. *SOCIOTAM, Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 12, 139-167.
- Moya, M., Páez, D., Glick, P., Fernández Sedano, I. & Poeschl, G. (2001). Sexismo, masculinidad-feminidad y factores culturales. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 4(8-9). Consultado 4 de Abril de 2009 en: <http://reme.uji.es/articulos/amoyam4101701102/texto.html>
- Omar, A. (1988). Estandarización argentina de los cuestionarios de personalidad de Eysenck. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 42, 83-95.
- Omar, A. & Urteaga, F. (2008). Valores personales y compromiso organizacional. *Revista Enseñanza e Investigación en Psicología*, 13, 2, 353-372.
- Omar, A., Paris, L. & Vaamonde, J. D. (2009). El interjuego entre el compromiso organizacional y los valores personales. *Psicodebate: Psicología, Cultura y Sociedad* N° 9, 27-43.
- Omar, A., Uribe, H., Ferreira, C., Assmar, E., Terrones, A. & Galaz, M. (2007). Colectivismo, justicia y ciudadanía organizacional en empresas argentinas, mexicanas y brasileiras. *Revista Mexicana de Psicología*, 24, 101-116.
- Organización Internacional del Trabajo (2009). Tendencias mundiales del empleo de las mujeres. Ginebra: OIT. Consultado 2 de Mayo de 2010 en: http://www.ilo.org/global/What_we_do/Publications/lang-es/docName--WCMS_106195/index.htm
- Oyserman, D., Coon, H. & Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 128, 1, 3-72.

- Ros, M. & Gómez, A. (1997). Valores personales individualistas y colectivistas y su relación con la autoestima colectiva. *Revista de Psicología Social*, 12(2), 179-198.
- Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D. P. & Gelfand, M. J. (1995). Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. *Cross-Cultural Research*, 29, 240-275.
- Swim, J. K. & Hyers, L. L. (2009). Sexism. En T. D. Nelson (Edit.), *Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination* (pp. 407-430). New York, NY: Psychology Press - Taylor & Francis Group, LLC.
- Travaglia, L. K., Overall, N. C. & Sibley, C. G. (2009). Benevolent and hostile sexism and preferences for romantic partners. *Personality and Individual Differences*, 47, 599-604.
- Triandis, H. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, USA: Westview Press.
- Triandis, H. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of Personality*, 69, 907-924.
- Triandis, H. C. & Gelfand, M. J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 118-128.
- Triandis, H. C. & Suh, E. M. (2002). Cultural influences on personality. *Annual Review of Psychology*, 53, 133-160.
- Vaamonde, J. D. & Omar, A. (2012). Validación argentina del Inventario de Sexismo Ambivalente. *Alternativas en Psicología*, 26, 47-58.